

# EL CINE AMERICANO EN ESPAÑA DURANTE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL: INFORMACIÓN Y PROPAGANDA

ALEJANDRO PIZARROSO QUINTERO

*Universidad Complutense de Madrid*

(Abstract)

During World War II propaganda was a fundamental province. US launched a formidable propagandistic machine, being one of its less studied aspects the one referring to neutral countries. This study outlines a general view of the American propaganda in Spain during WW II, concentrating afterwards in motion-pictures. Hollywood movies had an important and increasing importance in Spain as the war advanced. US newsreels - censored- were shown in Spain until the foundation of *NO-DO* (monopolistic newsreel of the Spanish State). From then (1943) the presence of US news filmed material in *NO-DO* increased until the end of the war. Propaganda documentaries had a wide diffusion thank to US Embassy efforts. But, what Spanish audience wanted after the Civil War was Hollywood movies. This tremendously important propaganda weapon had a lot of difficulties for its diffusion: commercial, censorship, etc. Notwithstanding, motion-pictures played a fundamental role in US propaganda activities in Spain during WW II. This work is based fundamentally on original files of the National Archives in Washington DC.

.....

## 1. INTRODUCCIÓN

Nadie duda que el cine es el gran vehículo de influencia y de intercambio cultural en el mundo contemporáneo. Por otro lado el cine ha sido ya desde la Primera Guerra Mundial una formidable arma de propaganda, argumento que ha producido una ingente bibliografía.

En la Guerra Civil Española el cine, tanto documental como de argumento, fue utilizado en la propaganda de ambos bandos contendientes. Cuando estalló la Segunda Guerra Mundial tanto los aliados como las potencias del Eje no descuidaron este flanco. Los regímenes totalitarios alemán e italiano habían potenciado enormemente su industria cinematográfica antes de la guerra. De la potencia y la calidad de estas industrias cinematográficas tuvieron cumplida noticia los habitantes de la zona controlada por Franco y la presencia del cine alemán y del cine italiano en la España de la postguerra civil fue importantísima.

Pero nadie había olvidado el encanto del cine americano que había cautivado ya los gustos del público en los años treinta. Las dificultades de importación no fueron óbice para que las películas americanas, que circulaban en la España de entonces, se

proyectaran una y otra vez tanto en el bando republicano como en el franquista y en toda España después de la victoria del general Franco.

Desde el comienzo de la Segunda Guerra Mundial hasta la entrada de los EE.UU. en guerra, la presión alemana e italiana por un lado y las dificultades económicas por otro limitaron la difusión del cine americano en España. Sin embargo, todos querían ver *Lo que el viento se llevó* que se vió por primera vez en España en las sesiones de propaganda organizadas por la recién creada Casa Americana.

Una vez que los EE.UU. hubieron entrado en guerra la presión de las potencias del Eje contra la difusión del cine americano en España se acrecentó, pero de igual modo se acrecentó la actividad de los servicios de propaganda de la Embajada para que esta difusión se produjera.

El tema del que vamos a ocuparnos es enormemente amplio y no pretendemos aquí sino hacer una primera aproximación. Nos interesan varios aspectos: en primer lugar, la difusión del cine americano de argumento en general; luego la de las películas de argumento de contenido más o menos propagandístico; también la difusión del cine documental y por último la difusión de los noticiarios cinematográficos norteamericanos en España antes de la fundación de *NO-DO* y la presencia de material informativo americano en el *NO-DO* desde 1943.

Pero antes de todo ello es indispensable detenerse brevemente en la organización y las características de la propaganda norteamericana en España durante la Segunda Guerra Mundial.

## 2. ESPAÑA Y EE.UU. EN LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL

La historia de España durante la Segunda Guerra Mundial es un argumento tratado muy a menudo, pero que está lejos todavía de completarse<sup>1</sup>. En cualquier caso se ha estudiado desde un punto de vista político, militar, incluso de espionaje<sup>2</sup>. Son

---

1. Véanse por ejemplo: AA. VV.: *La postguerra española y la II Guerra Mundial*, Córdoba, Adisur, 1990; MORALES LEZCANO, Víctor: *Historia de la no-beligerancia española durante la segunda guerra mundial (VI, 1940-X, 1943)*, Las Palmas, Excma. Mancomunidad de Cabildos de Las Palmas, 1980.

2. Sobre este asunto se ha publicado recientemente una voluminosa obra carente, por desgracia, de aparato crítico, lo que dado el argumento que trata suscita perplejidad. Véase: PASTOR PETIT, D.: *Espionaje: la Segunda Guerra Mundial y España*, Madrid, Plaza & Janés, colecc. Hombre y Sociedad, 1990. Sobre las actividades de la OSS en España puede verse: ROMANONES, Aline, Countess of, "The OSS in Spain during World War II", en CHALOU, George C. (ed.), *The Secret War. The Office of Strategic Services in World War II*, National Archives and Records Administration, Washington D.C., 1991, pp. 121-128.

abundantes también las memorias de españoles y extranjeros que vivieron aquellos tiempos o fueron sus protagonistas<sup>3</sup>.

Desde el punto de vista de la prensa, la información y la propaganda, sólo conocemos un estudio dedicado a la prensa española durante la Segunda Guerra Mundial<sup>4</sup> y la interesante obra autobiográfica de Martínez Nadal sobre su trabajo en la BBC con el famoso seudónimo de Antonio Torres<sup>5</sup>. Hay además un estudio interesante sobre Portugal en el mismo periodo<sup>6</sup>.

Sobre las relaciones entre Estados Unidos y España durante la guerra, además de las memorias a que nos hemos referido, hay varios estudios que merecen nuestro interés, sobre todo la obra de Feis, numerosas veces reeditada, que se ocupa de la situación del régimen de Franco en relación con todas las potencias en guerra<sup>7</sup>. Tiene también interés el capítulo que el Embajador Hayes dedica al asunto en su ensayo sobre las relaciones entre Estados Unidos y España publicado en 1951<sup>8</sup>. Pero hay que

3. Sería interminable citarlas todas aquí, pero algunas son indispensables, así las de los sucesivos embajadores norteamericanos: BEAULAC, Willard L.: *Career Ambassador*, Nueva York, MacMillan, 1951; BOWERS, Claude: *My Life. The Memoirs of Claude Bowers*, Nueva York, Simon and Schuster, 1962; y también, ID.: *My Mission to Spain. Watching the Reshearsal for World War II*, Nueva York, Simon and Schuster, 1954 (versión española: *Misión en España. En el umbral de la Segunda Guerra Mundial (1933-1939)*, México, Editorial Grijalbo, 1966); por último, HAYES, Carlton J. H.: *Wartime Mission in Spain*, Nueva York, The MacMillan Company, 1946 (Hay traducción española: *Misión de guerra en España*, Madrid, EPESA, 1946). O las de otros embajadores como: HOARE, Samuel: *Ambassador on Special Mission*, Londres, Collins, 1946; PIÉTRI, François: *Mes Années D'Espagne (1940-1948)*, París, Librairie Plon, 1954. O las de corresponsales como, HAMILTON, Thomas J.: *Appeasement's Child. The Franco Regime in Spain*, Nueva York, Alfred A. Knopf, 1943 (Hay traducción española: México, Nuevo Mundo, 1943). Sin olvidar, desde luego, las del responsable de la propaganda norteamericana en España durante la guerra: HUGHES, Emmet J.: *Report from Spain*, Nueva York, Henry Holt, 1947.

4. GARCIA ALIX, Conrado *La prensa española ante la segunda guerra mundial*, Madrid, Editora Nacional, 1974.

5. MARTINEZ NADAL, Rafael: *Antonio Torres y la política española del Foreign Office (1940-1944)*, Madrid, Editorial Casariego, 1989.

6. Véase: TELO, António José: *Propaganda e guerra secreta em Portugal (1939-1945)*, Lisboa, Perspectivas & Realidades, 1990.

7. Véase FEIS, Herbert, *The Spanish Story. Franco and the Spanish Civil War, 1936-39*, W. W. Norton & Company Inc., 1966, New York.

8. Véase HAYES, Carlton J. H., *The United States and Spain: An Interpretation*, Sheed & Ward, Inc., New York, 1951, pp. 135-172.

referirse sobre todo al excelente trabajo, todavía inédito, de Watson, que además se ocupa también de cuestiones de propaganda<sup>9</sup>.

Sin embargo el trabajo que mayor interés puede tener para nosotros, pues analiza la presencia de España en la prensa y en la opinión pública norteamericana durante la Segunda Guerra Mundial, es también una obra inédita que data de 1959 y cuyas fuentes son sobre todo los periódicos norteamericanos<sup>10</sup>.

En el caso concreto que nos ocupa la fuente principal la constituye el corpus documental del "Outpost" de la "Office of War Information" en Madrid de 1942 a 1945, completado con otros documentos diplomáticos, todo ello en los "National Archives" en Washington D.C.

En ambas guerras mundiales la propaganda dirigida a los países neutrales se valió de múltiples medios, uno de los cuales fueron, naturalmente, los servicios diplomáticos, dentro de los cuales los agentes de propaganda trabajaban de manera más o menos enmascarada. Sobre la propaganda dirigida a los países neutrales durante la Segunda Guerra Mundial falta un estudio dedicado al caso americano, pero existe uno sobre el caso británico que desgraciadamente no dedica mucho espacio a España<sup>11</sup>.

Pero antes de adentrarnos más en el argumento es necesario detenerse en la génesis y descripción del aparato de propaganda norteamericano en la Segunda Guerra Mundial.

### 3. LA ORGANIZACIÓN DE LA PROPAGANDA AMERICANA EN LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL

La primera experiencia de una organización de carácter oficial dedicada a la información y a la propaganda en los Estados Unidos se había dado durante la Primera Guerra Mundial con el "Committee on Public Information", dirigido por el periodista George Creel, que se disolvió al acabar la guerra. Aunque la administración Roosevelt había establecido algunos canales con carácter oficial dedicados a acercar al público el significado y las conquistas de la política del "New Deal", éstos sólo jugaron un papel limitado en los años treinta.

En septiembre de 1939 fue creada la "Office of Government Reports", que englobaba la actividad de los programas de información pública de los años del "New Deal". Esta oficina fue muy criticada por la oposición republicana en el Congreso, y no fue reconocida por las Cámaras hasta 1941. A medida que se hacía más previsible la

---

9. Véase WATSON, Bert Allan, *United States-Spanish Relations, 1939-1946*, Tesis doctoral inédita, George Washington University, 1969, Washington D.C.

10. Véase BEGNAL, Sister Saint C., *The United States and Spain: A Study in Press Opinion and Public Reaction*, Tesis doctoral inédita, Fordham University, 1959, New York.

11. Véase: COLE, Robert: *Britain and the War of Words in Neutral Europe, 1929-45. The Art of the Possible*, Londres, McMillan, 1990.

intervención de los Estados Unidos en la guerra, el país iba preparando una política de defensa más compleja, de la que no estaba ausente la política informativa. Nació así, en marzo de 1941, la "Division of Information of the Office of Emergency Management", luego la "Office of Civilian Defense" y en octubre de 1941 una sección de ésta última se convirtió en la "Office of Facts and Figures", a cuyo frente estuvo Archibald MacLeish.

La OFF (cuyas siglas se prestan a obvios juegos de palabras) fue muy criticada por la prensa, a pesar de que MacLeish defendió desde ella la "strategy of truth". Aunque la OFF debía canalizar toda la información oficial hacia los medios de comunicación, el mismo Roosevelt pareció ignorarla en muchas ocasiones.

Por otra parte, ya en el terreno de la propaganda exterior, el 16 agosto de 1940 Nelson Rockefeller fue nombrado "Coordinator of Inter-American Affairs", para contrarrestar la propaganda nazi y fascista en Iberoamérica.

Así pues, tras la experiencia del "Creel's Committee" en la Primera Guerra Mundial, las primeras organizaciones oficiales dedicadas a la propaganda y a la información en Estados Unidos van a nacer con la Segunda Guerra Mundial. Sólo cinco meses antes de la entrada en guerra de los Estados Unidos, Roosevelt establece, mediante una "Military Order" de 11 de julio de 1941, la "Office of the Coordinator of Information" (COI). Tenía ésta dos funciones: por un lado, de "Intelligence" (recogida y análisis de información de cualquier fuente, incluida la militar), por otro, de información (transmisión de información y propaganda hacia el exterior, excepto para Iberoamérica, terreno reservado a Rockefeller). Al frente de la oficina del COI fue nombrado el coronel William J. Donovan. Para llevar a cabo la segunda función del COI, mucho menos definida que la primera, se creó el "Foreign Information Service" (FIS), bajo la dirección de Robert Sherwood, quien había sugerido a Roosevelt la creación de una organización de esas características.

El FIS, en cuyo equipo se reunió un nutrido grupo de periodistas con experiencia internacional, figuras literarias y también hombres del cine<sup>12</sup>, -así como el CI-AA- inició sus primeras campañas de propaganda a través de la radio, la recién fundada *Voice of America*.

Poco después, ambas funciones del COI iban a dar lugar a dos organismos diferentes: por un lado, se crearía la "Office of Strategic Services" (OSS), a cuyo frente permanecería Donovan<sup>13</sup>; y el 13 de junio de 1942, la "Office of War Information"

---

12. Entre ellos el ex-consejero de Roosevelt James P. Warburg, Joseph Warnes (ex-corresponsal de Moscú y Berlín del *New York Herald Tribune*), el productor de cine John Houseman y figuras como Thornton Wilder y Stephen Vincent Benet.

13. Sobre la historia de la OSS la mejor obra publicada es: SMITH, R. Harris, *OSS. The Secret History of America's First Central Intelligence Agency*, Berkley, University of California Press, 1972. De menor interés es: ALSOP, Stewart & BRADEN, Thomas, *Sub Rosa. The OSS and American Espionage*, Nueva York, Harcourt, Brace & World, Inc., 1964. La OSS desaparecerá el 1º de agosto de 1945 y es el precedente de la actual

(OWI) -la oficina del CI-AA fuera de la OWI, seguirá manteniendo sus competencias-. En la OWI se integrarán diversas agencias (OFF, OGR y OEM), que constituirán fundamentalmente su "Domestic Branch", y el FIS, que constituirá su "Overseas Branch"<sup>14</sup>. Director de la nueva oficina será nombrado Elmer Davis, y al frente de su "Overseas Branch" permanecerá Robert Sherwood. Sin embargo, "the order creating OWI did not clearly establish a division of responsibility between it and OSS for the conduct of psychological warfare"<sup>15</sup>.

Este solaparse de competencias en lo referente a "psychological warfare" pareció inclinarse hacia la OSS en la primera operación militar en gran escala de tropas norteamericanas, la operación "TORCH" (desembarco en el norte de África), lo que provocó una reacción en contra de Davis y de Rockefeller, que se dirigieron directamente al Presidente. En efecto, la OSS, como agencia dependiente de la "Joint Chiefs of Staff" fue encargada de "to plan, develop, coordinate and execute the military program of psychological warfare"<sup>16</sup>.

El 9 de marzo de 1943, cuando ya se estaba preparando la invasión de Sicilia, Roosevelt determina que en lo referente a "psychological warfare" "all plans and projects (...) should be subject to the approval(...) of the theater commander"<sup>17</sup>, con lo cual se reducía enormemente el ámbito de las competencias de la OSS.

Por parte militar existía ya un "Special Warfare Branch" en el "Navy Department", dentro de la oficina de "Naval Intelligence", y en el "War Department" se creó, en junio de 1941, un "Special Studies Group" a cuyas instancias se constituyó, dentro de la JCS, un "Joint Psychological Warfare Committee", con las siguientes funciones:

... to initiate, formulate and develop psychological warfare plans (...) (and) under the direction of the Joint Chiefs of Staff committee to coordinate psychological warfare of other US governmental agencies and to collaborate with interested nations to the end that all psychological warfare is in accord with approved strategy.<sup>18</sup>

---

CIA.

14. Sobre la actividad propagandística del "Domestic Branch" cara a la población de los Estados Unidos, véase BLUM, John Morton, *V Was for Victory, Politics and American Culture During World War II*, Nueva York, Harcourt Brace Jovanovich, 1976. Y sobre la actividad en general de la OWI, véase WINKLER, Allan M., *The politics of propaganda, The Office of War Information 1942-1945*, New Haven y Londres, Yale University Press, 1978.

15. DAUGHERTY, W. E., "Us Psychological Warfare Organization in World War II" en DAUGHERTY, W. E. & JANOWITZ, M. (eds.), op. cit., p. 128.

16. Citado en ibidem.

17. "Executive Order n. 9312", citado ibidem, p. 130.

18. Citado en ibidem.

Este "Psychological Warfare Comittee" o "Psychological Warfare Branch", como también fue conocido, estaba encabezado por el coronel Oscar Solbert. La relación inicial entre este grupo militar y la recién creada OWI no fue en absoluto de colaboración<sup>19</sup> y, poco después de la invasión del norte de África, en la que el grupo militar apenas tuvo participación, éste fue disuelto<sup>20</sup>.

En el norte de África, Italia y el resto de Europa las fuerzas norteamericanas actuaron de manera integrada con las británicas y de otros aliados dando lugar a organizaciones de propaganda integrada anglo-norteamericanas, como veremos. En la guerra del Pacífico no se produjo esta integración, excepto un intento frustrado en el Sureste Asiático. La propaganda de guerra, dependiente de la autoridad militar, adoptó diferentes formas de organización en las distintas áreas. En el Pacífico Sur, el almirante Halsey rechazaba todo lo que tuviera que ver con la actividad propagandística, obstaculizando la actuación del poco personal que, procedente de la OSS y de la OWI, tenía asignada. En el Pacífico del Suroeste, con el general MacArthur, se constituyó, en junio de 1944, en su cuartel general, una "Psychological Warfare Branch"; fue el único comandante del Pacífico que comprendió la importancia de las operaciones de propaganda y favoreció la colaboración entre el personal militar y el civil procedente de la OWI. En el Pacífico Central, bajo el mando del almirante Nimitz, se dió una situación intermedia, pero sólo se estableció en su cuartel general una "Psychological Warfare Branch" cinco días antes de la rendición incondicional del Japón. Por otra parte, la OWI desplazó una importante sección a Honolulu, que daba soporte logístico a las operaciones de propaganda en las distintas áreas. El personal que trabajaba en estas actividades estaba seleccionado fundamentalmente por su conocimiento de la lengua japonesa.

La OWI editaba para consumo interior y exterior una revista llamada *Victory*<sup>21</sup>, que fue acusada, tanto por miembros del partido republicano como por algún sector del partido demócrata, de ser un instrumento más para la promoción personal de Roosevelt. Además de *Victory* se publicaron otras revistas de propaganda como *USA* o la que en español se titulaba *En guardia*. El partido republicano ganó las elecciones legislativas de noviembre de 1942, y desde 1943, aliado con los demócratas del sur, controlaba el Congreso. Comenzó entonces una campaña contra la forma que

---

19. Cfr. WINKLER, A. M., op. cit., p. 113.

20. Cfr. "Words and Bullets in Battle: The Beginnin of PWB", Chapter V of "Final Report of the OWI Historian", pp. 4-5 (Se trata de un largo manuscrito inédito elaborado por Edward P. Lilly que se conserva en los National Archives en Washington) y también WINKLER, A. M., op. cit., pp. 112-114.

21. En realidad el primer nombre propuesto para esta publicación fue el de *Freedom*, sin embargo parece que se prefirió la alusión a la victoria final antes que a la idea de libertad en función de posibles acuerdos con poderes no democráticos como de hecho sucedió con Darlan en el norte de África o con Badoglio en Italia. Cfr. BLUM, John Morton, op. cit., pp. 42-43.

había tomado la propaganda de guerra en el interior del país, a la "mayor gloria" de Roosevelt. La Cámara de Representantes votó, por 218 contra 114, la abolición del presupuesto de la "Domestic Branch" de la OWI. Para 1944, ésta sólo dispuso de tres millones de dólares gracias al voto del Senado y después de que Davis amenazara con dimitir. Por el contrario, para la propaganda exterior la OWI dispuso de veinticuatro millones de dólares en 1944. Es decir, que la propaganda interior americana vivió en un clima de dificultades y de contrastes políticos en un país que no sufría la guerra directamente en su territorio.

En líneas generales, la propaganda interior americana tuvo como objetivo la movilización de toda la nación en el esfuerzo bélico y se llevó a cabo a través, por supuesto, de todos los medios de comunicación, especialmente de la radio y el cine. El enemigo volvía a ser descrito, como en la Primera Guerra Mundial, como brutal y sin piedad, sin que faltara un toque de racismo respecto a los japoneses aunque, para evitar ciertos excesos de la Primera Guerra Mundial, no se difundió toda la información de que se disponía sobre los campos de exterminios nazis, temiendo que tal tipo de propaganda pudiera ser contraproducente. Los soldados aliados, sobre todo, naturalmente, los norteamericanos eran exaltados como héroes a través de todos los medios.

Ciudadanos norteamericanos de origen italiano y alemán, no sufrieron el clima de desconfianza y persecución que se había dado respecto a los oriundos alemanes en la Primera Guerra Mundial. Por el contrario, los inmigrantes japoneses, ciudadanos o no, fueron internados en campos de concentración ("Relocation Centers"). No eran demasiados (unos 127.000), no eran blancos y no tenían el arraigo ni la importancia electoral de los italo-americanos, por ejemplo.

#### **4. LA "OFFICE OF WAR INFORMATION" EN ESPAÑA: ACTIVIDADES DE PROPAGANDA**

El presidente Roosevelt nombró Embajador en España en mayo de 1942 a Carlton J. H. Hayes. Hayes no era un diplomático de carrera ni un político profesional, sino un profesor de Historia de la Universidad de Columbia, católico y buen conocedor, aunque no especializado, en la historia de España.

Cuando el vicesecretario de Estado, Sumner Welles entabló los primeros contactos con Hayes acababa de empezar a trabajar con él en la Universidad de Columbia un joven que se había graduado en Princeton con una tesis titulada *The Church and the Liberal Society*, que sería publicada al año siguiente y que recibiría el premio anual del "Catholic Book Club" en 1944. Este joven de origen irlandés y católico, como Hayes, no había cumplido todavía los veintidós años y acompañó a Hayes a Madrid como agregado de prensa de la Embajada. Era Emmet John Hughes.

De todos modos, poco después de su llegada a Madrid, Hughes consiguió permiso para alistarse en el Ejército del norte de África. Allí fue asignado a la "Office of Strategic Services" (OSS). Poco después volvió a Madrid y asumió de nuevo, al menos ante las autoridades españolas, su cargo de agregado de prensa. Sin embargo fue



entonces el jefe del "Outpost" de la "Office of War Information" en España, es decir, el encargado de todo lo referente a cuestiones de información y propaganda<sup>22</sup>.

Como acabamos de ver la OWI no existe como tal hasta bien entrado 1942. Sus primeras armas fuera de los Estados Unidos las hará durante la invasión del norte de África, momento en el que precisamente Hughes entra en contacto con ella. Ya de regreso en España Hughes asume el doble papel a que nos hemos referido. Con fecha 17 de marzo de 1943 un documento de la Oficina describe así sus propósitos respecto a España:

1. To increase respect and regard for the United States and the other United Nations, to promote confidence in our total victory over the Axis, and to convince the Spanish people that the historical continuation of Spain as a nation depends on a United Nations victory.
2. To prevent Spain from willingly becoming a base for military operations by the Axis against the United Nations.
3. Considering the possibility of Germany's invading Spain against her will, to stimulate the Spaniards -all classes of Spaniards- to make the path of the invader as difficult and dangerous as possible.<sup>23</sup>

La propaganda americana se valía de múltiples canales más o menos convencionales. De manera directa contaba con la distribución de diverso material impreso en lengua castellana así como de las emisiones de *The Voice of America* dirigidas a España. De manera más indirecta, el cine americano supuso otro gran instrumento de propaganda, como veremos.

---

22. Hughes estuvo en España hasta 1946 y publicó un libro sobre la España de Franco en 1947 (*Report from Spain*). En 1946 pasó a dirigir la oficina de *Time-Life* en Roma, de donde pasó a Berlín en 1948 con el mismo cargo. En 1949 volvió a Nueva York como director de colaboraciones ("articles Editor") de la revista *Life*. En 1952 el partido republicano recurrió a la ayuda de Henry R. Luce, director de *Life*, y aunque Hughes era de convicciones mucho más liberales que Eisenhower, colaboró con la Administración Eisenhower y le preparó algunos de sus más importantes discursos durante la campaña y la presidencia, pero abandonó la Casa Blanca en septiembre de 1953. Eisenhower recibió su ayuda para la reelección y en algunas otras ocasiones. Por otro lado siguió trabajando siempre en el imperio periodístico de Luce, hasta marzo de 1960, en que pasó a trabajar para la familia Rockefeller como director de relaciones públicas. En noviembre de 1962 pasó a trabajar para *Newsweek* y *Washington Post*. Murió en 1982, a los sesenta y un años de edad.

23. Texto recogido en un amplio documento mecanografiado, de 75 folios, firmado por Alicia Gallagher, con fecha 28 de octubre de 1944 y titulado *Basic Report. Madrid Outpost*, en National Archives-Washington (en adelante, NAW), Record Group - 208 (en adelante, RG), Entry 6J (en adelante, E.), box 4 (en adelante, b.).

Aunque la tolerancia oficial a la propaganda norteamericana -mucho menos a la británica- fue creciente lo cierto es que contó con la oposición de los elementos más radicales del régimen.

The Falange has fought USA propaganda activities on many fronts. Our publications and other material have been sequestered in the mails and destroyed. People receiving our informatinal material have been arrested, fined,,jailed and even driveen from their homes. American Consulates haven been picketed by secret police who have detained persons leaving thosde buildings. Our messengers have been arrested. Newspapers and magazines have been forbidden to publish news items or special articles particulary friendly to us. When publications have done so, they have been heavily fined, their editors theatened and, in some cases, their paper supplies cut off. The Falange forbide the Spanish press to publish advertisements of OWI shortware programs, but simultameously authorized full-page German radio ads along with advertisements selling the Nazi propaganda theme of European autharchy.<sup>24</sup>

Sin embargo esta actitud se modificó sobre todo a partir de la caída de Mussolini y del éxito de la campaña en Sicilia en el verano de 1943. Así, por ejemplo, el diario *Arriba* publicaba el 3 de febrero de 1944 un editorial titulado "La neutralidad reconocida" dedicado a subrayar este hecho, por parte de la diplomacia norteamericana. Las consignas a la prensa cambiaron claramente entre 1943 y 1944.

Desde finales de 1943 los Estados Unidos podían distribuir legalmente propaganda impresa en lengua española. En un informe de 19 de noviembre Hughes se refiere a ello como un triunfo importante y afirma que de las versiones españolas de las revistas *USA* y *Victory* se estaban distribuyendo nada menos que 75.000 ejemplares de cada una de ellas.<sup>25</sup>

Como hemos visto, la OWI en España operaba bajo la cobertura de la oficina de prensa de la Embajada americana en España pues el Gobierno español no permitía de ningún modo la actividad de "agencias" extranjeras de estas características fuera de los canales diplomáticos. Algo parecido pasaba con el "Ministry of Information" británico y, desde luego, también con los alemanes.

La OWI en España comenzó a funcionar a mediados de agosto de 1942, menos de tres meses antes de la invasión aliada del norte de África. En junio de 1944 su personal constaba de trece norteamericanos y aproximadamente ciento veinte españoles, contratados como ayudantes, traductores, bibliotecarios, recepcionistas, mensajeros, operadores cinematográficos, etc. Su organización se basaba en el siguiente organigrama: un Jefe ("Chief", inicialmente E. Hughes), un departamento editorial

---

24. *Ibidem*.

25. Documento citado en *Basic Report Madrid Outpost*, cit., p. 19.

("Editorial Board", de cuatro miembros todos ellos jefes de división), una oficina administrativa (con un director y seis miembros) y seis divisiones operativas.

Éstas eran las siguientes: "Radio and Propaganda Analysis", "News and Features" (con dos secciones: "News" y "Features"), "Motion Pictures", "Distribution" (con tres secciones: "Mail", "Files" y "Menssenger"), "Social-Cultural" y "Reproduction" (con dos secciones: "Production" y "Photo").

En junio de 1943 se abrió una oficina de la OWI en Barcelona dirigida por John Caragol, que contaba con cinco funcionarios. Trabajaban también para la OWI dentro de los respectivos consulados y sobre todo para distribuir publicaciones algunas personas en Valencia, Sevilla, Bilbao y Vigo.

The media employed for the OWI activities in Spain have included, principally, radio, recordings, cable wireless news, pictures, radiophoto, exhibits, film strips, features, publications, motion pictures a lending library, and social entertainments.<sup>26</sup>

La "Office of War Information" intentó en todo momento que hubiera una presencia americana en la prensa española, ya sirviendo a los periódicos textos directamente elaborados por ellos cuanto influyendo para que textos favorables fueran publicados. A mediados de 1944 parece claro que el número de artículos directamente preparados por el "outpost" de la OWI y publicados por diarios y semanarios españoles había aumentado considerablemente. El censo era el siguiente: en julio de 1943 (12 artículos), en agosto (12 artículos), en septiembre (20 artículos), en octubre (28 artículos), en noviembre (35 artículos), en diciembre (43 artículos), en enero de 1944 (65 artículos), en febrero (75 artículos), en marzo (85 artículos), en abril (125 artículos), en mayo (165 artículos) y en junio de 1944 (190 artículos). Concretamente de los artículos publicados en junio de 1944 ciento siete se ocupaban de la guerra mientras que ochenta y tres eran sobre temas diversos (Hispanoamérica, cine, ciencia, etc.)<sup>27</sup>.

El número de artículos de origen norteamericano frente aquellos de claro origen alemán mostraba una proporción favorable a éstos últimos hasta mediados de 1943 en que progresivamente comenzó a cambiar a favor de Estados Unidos. Esto se hizo particularmente visible en el caso de las fotografías publicadas. Así mientras en marzo de 1942 se publicaron doscientas cuatro fotografías procedentes de las potencias del Eje en la prensa española, hubo solamente veintiocho fotos norteamericanas. Un año después, en marzo de 1943, la relación era de 433 (Eje) a 41 (EE.UU.). Pero en marzo de 1944 se publicaron 325 fotografías de origen alemán frente a 344 de origen norteamericano. Naturalmente, estos incrementos se debían a la variación de la política española según el curso de los acontecimientos bélicos, pero también al trabajo de distribución realizado por la OWI en España. Por ejemplo, nada menos que el

---

26. *Basic Report...*, cit., p. 26.

27. Datos tomados de *Basic Report...*, cit., p. 39.

falangista diario *Arriba* publicó en febrero de 1944 en la primera página una fotografía del presidente Roosevelt recibiendo una condecoración de la Cruz Roja que había sido distribuida por la OWI. Al mes siguiente *Arriba* publicó veintiuna fotografías de guerra norteamericana, mucho más que el diario *Ya* considerado en la Embajada como el órgano de prensa más simpatizante con los EE.UU.<sup>28</sup>.

La "Office of War Information" publicaba en España diverso material. En primer lugar y desde el 23 de junio de 1943 un *Daily Bulletin*, éste, también conocido como *Boletín*, comenzó a publicarse dos veces por semana con noticias y comentarios y se distribuía en toda España. Por ejemplo, el día D (6 de junio de 1944) llegó a distribuir 30.000 ejemplares en Madrid con la noticia de la invasión de la invasión de Normandía a la que los diarios españoles no habían llegado a tiempo. Se publicaba mimeografiado.

También se publicaba en España el *Semanario Gráfico*, de cuatro páginas que pasó a ocho páginas el 1 de abril de 1944 y cuya tirada evolucionó del siguiente modo: 127.600 ejemplares (septiembre, 1943), 186.450 (febrero, 1944), 192.700 (marzo, 1944), 254.550 (abril, 1944), 212.600 (mayo, 1944) y 232.600 (junio, 1944)<sup>29</sup>. Se publicaron igualmente boletines regulares sobre medicina, agricultura, ingeniería, pero el que obtuvo más éxito fue sin duda *Mundo Católico*; así como ediciones excepcionales como discursos de Roosevelt o del Secretario de Estado Hull.

Del mismo modo se distribuía en España material que llegaba a la Embajada desde los Estados Unidos o desde Londres. Así, las revistas *Victory*, *En Guardia* o *Carta de América*, entre otras publicaciones. Era ya muy popular en España el mensual *Selecciones del Reader Digest*. Sin embargo, en contra de los que pudiera parecer la OWI no colaboraba en su distribución por considerarlo contrario a su labor propagandística<sup>30</sup>.

El actual centro "Washington Irving" que reúne las actividades de la Casa Americana, además de continuar siendo una interesante biblioteca nació en realidad como un arma de propaganda de guerra. La Casa Americana, situada entonces en Don Ramón de la Cruz casi esquina a Serrano, sirvió de centro de reunión, de punto de referencia, de sala de lectura para los amigos de Estados Unidos y de la causa aliada. Fue también la sede de una biblioteca cuyo papel como instrumento de propaganda no es de despreciar. La sala de lectura se abrió el 28 de enero de 1943 y el 23 de marzo comenzaron los préstamos. Contaba sólo con 543 volúmenes que poco a poco fueron aumentando. Los editores norteamericanos presentes en la Feria de Barcelona de 1944 donaron a la biblioteca 1200 libros. Esta biblioteca contaba también con una suscripción regular de noventa y nueve publicaciones periódicas norteamericanas. A finales de junio de 1944 había otorgado 441 carnés de lector.

---

28. Cfr. *Basic Report...*, cit., pp. 41-42.

29. Cfr. *Basic Report...*, cit., p. 45.

30. Cfr. *Basic Report...*, cit., p. 47.

Aspecto fundamental de la propaganda norteamericana en España fue la radio. Como hemos visto, *The Voice of America* había sido creada precisamente para cumplir estos cometidos que las emisoras comerciales no podían cubrir en el exterior. El papel de esta emisora en el contexto de las actividades de propaganda a través de la radio en la Segunda Guerra Mundial ha podido quedar quizá oscurecido por la brillantez de la *BBC* de Londres. Sin embargo, la obra de la *VOA* fue enorme<sup>31</sup> y en España tuvo no poco eco<sup>32</sup>. Aunque ciertamente era muy difícil cuantificar la audiencia de la *VOA* en la España de aquellos años, los analistas norteamericanos se muestran en febrero de 1944 relativamente optimistas.

Sus transmisiones llegaban a España desde Londres, Rabat, Gibraltar y Argel, lo que mejoraba mucho la calidad de la recepción. Otro problema que señalan los analistas es el de los frecuentes cortes de suministro de energía eléctrica en España, sobre todo en las horas consideradas de mayor audiencia, es decir entre las 8 y las 12 de la noche. Buena parte de la información que los analistas norteamericanos manejan proceden de fuentes británicas, que periódicamente intentaban calibrar el volumen de la audiencia de la *BBC* y otras emisoras aliadas en comparación con otras emisoras del Eje.

De distintos informes de ciudadanos españoles recogidos a través de la Embajada principalmente deducen, no sin sorpresa, que el horario desde el punto de vista anglosajón podía parecer el más indicado para las transmisiones, es decir entre las 4 y las 6 de la tarde, está muy lejos de los verdaderos hábitos españoles, que escuchan la radio desde las 9 o 10 de la noche hasta la madrugada.

Otro aspecto que preocupa es el de las interferencias de otras emisoras en la misma longitud de onda, etc. En cualquier caso, constatan que desde la caída de Mussolini y la salida en la práctica de Italia de la guerra las interferencias han disminuido notablemente.

El programa principal que la *VOA* dedicaba a España se titulaba "America calling Spain". Tenía quince minutos de duración y se emitía desde Londres y Gibraltar, gracias a la colaboración británica, y desde 1943 desde Rabat (*Radio Maroc*), gracias a la colaboración francesa. Su horario era de 19h. 15m. a 19h. 30m.

---

31. Sobre esta actividad de propaganda radiofónica norteamericana se ha publicado recientemente un excelente trabajo: SHULMAN, Holly Cowan: *The Voice of America. Propaganda and Democracy, 1941-1945*, Wisconsin, The University of Wisconsin Press, 1990. Véase también PIRSEIN, Robert William, *The Voice of America. An History of the International Broadcasting Activities of the United States Government, 1940-1962*, Arno Press, New York, 1979.

32. Sobre el papel de la *VOA* en España, además de numerosos documentos que no podemos reflejar aquí en su totalidad, véase sobre todo el informe titulado *The Voice of America in Spain*, de febrero de 1944, en NAW, RG 208, E 367, b 347. Se trata de un informe de treinta y dos folios mecanografiados a un espacio, obra del "Bureau of Overseas Intelligence - Field Intelligence Division - OWI".

De los informes británicos se deduce una cierta crítica a la *VOA* que asumen los analistas norteamericanos. Por ejemplo, los locutores de la *VOA* son tachados de hablar muy lentamente (130 palabras por minuto) mientras que los de la *BBC* transmitían 150 palabras por minuto lo que, curiosamente, les permitía superar más fácilmente las interferencias. Parece ser también que tanto el dominio del castellano como el tono de la voz de los locutores despertaba cierta crítica de la que tomaban buena nota las autoridades de la *OWI*.

Subrayan también los analistas que, incluso en 1944, la escucha de cualquier emisora aliada significa un enfrentamiento con los falangistas que, a ojos de los aliados, controlan la situación en España. En realidad la *BBC* transmitía menos programas que la *VOA* para España<sup>33</sup>. Éstos duraban media hora mientras que las transmisiones de la *OWI* eran de quince minutos, y más numerosas. Como acabamos de ver la *OWI* transmitía a través de la *BBC* todos los días a las 19h. 15m. el programa "America calling Spain", pero también transmitía nada menos que diecisiete programas a España diariamente de modo directo sin contar con la *BBC*<sup>34</sup>.

Con todo parece clara la mayor repercusión de los programas británicos en España, pues excepto el programa de las 19h. 15m. todos los demás tenían una recepción muy pobre. Por otro lado, los informes que reciben desde el interior son contradictorios pues en unos casos sostienen que las interferencias afectan más a la *BBC* y en otros casos que afectan más a la *VOA*.

La *VOA* emitía, pues, dieciocho programas diarios y la *BBC* cinco diarios desde Londres y dieciséis desde Gibraltar, mientras los alemanes directamente desde Berlín o desde otras emisoras que controlaban transmitían un total de nueve programas dirigidos a España. De éstos uno tenía una duración de hora y media, se titulaba "La hora española" y no era un programa estrictamente informativo; los restantes duraban quince minutos. Es importante también subrayar que uno de ellos se transmitía en onda media desde Burdeos todos los días a las 19h. 30m.<sup>35</sup>, lo cual multiplicaba sus posibilidades de audiencia dado que la mayoría de los aparatos receptores de España eran de onda media y no contaban con onda corta.

Además de estos programas los alemanes transmitían dos programas semanales de media hora los fines de semana de carácter humorístico. Se titulaban: "Mariquilla y

---

33. La *BBC* emitía para España a las 8h. 15m., las 9h. 30m., las 13h. 30m., las 19h. 45m. y las 21h. 45m. De éstas sólo la de las 8h. 15m. y la de las 19h. 30. eran de quince minutos. Datos tomados de *The Voice of America in Spain*, cit., p. 16.

34. Se emitían directamente a las 6h. 16m., las 7h. 15m., las 8h. 15m., las 12h. 15m., las 13h. 15m., las 14h. 15m., las 15h. 15m., las 16h. 15m., las 17h. 15m., las 18h. 15m., las 20h. 15m., las 20h. 30m., las 21h. 15m., las 22h. 15m., las 23h. 15m., las 0h. 15m. y la 1h. 15m. Datos tomados de *The Voice of American in Spain*, cit. p. 16.

35. Los programas alemanes se transmitían a España las 15h., las 14h., las 16h., las 17h. 30m., las 20h. 30m., las 21h. 30m., las 22h. 30m., las 23h. 30m. y las 0h. 30. Datos recogidos de *The Voice of America in Spain*, cit. p. 18.

sus secuaces" y "Cabaret político", que se emitían los sábados sucesivamente a las 22h. 15m. y a las 22h. 45m. Para contrarrestar éstos la OWI transmitía a las 22h. 30m. un programa de dos horas de duración con variedades, información, música e incluso una radionovela.

*The Voice of America* contó con una ventaja importante frente a la *BBC* y es que mientras a ésta última nunca le fue permitido hacer publicidad de sus programas en la prensa, como sí hacían los alemanes, *The Voice of America* sí pudo hacerlos al menos desde la segunda mitad de 1943 lo que puede hacernos suponer que se dio un considerable aumento de su audiencia.

## 5. CINE Y PROPAGANDA CINEMATOGRAFICA

El cine, en todas sus modalidades, es sin duda un potente instrumento de propaganda en tiempos de paz y en tiempos de guerra. Antes de la Guerra Civil española el cine americano gozaba ya del favor del público en nuestro país y también se distribuían en España noticiarios cinematográficos producidos en Estados Unidos.

Después de la Guerra Civil, la calidad de las producciones de Hollywood que ya contaba con un público fiel en España volvió a llenar las pantallas españolas, aunque no sin dificultades. Ya comenzada la Segunda Guerra Mundial, incluso antes de la participación americana en ella, es cierto que algunas películas de argumento bélico y carácter puramente propagandístico no pasaron la censura franquista pero muchas otras sí lo hicieron. El hecho mismo de que el cine norteamericano siguiera representando ante los ojos de los españoles a una sociedad que, a pesar de la guerra, vivía en una superabundancia impensable para los españoles tenía también un gran valor propagandístico.

Es conocida la afición que el general Franco tenía al cine, así la Embajada le hizo llegar al palacio de El Pardo algunas películas mucho antes de que llegasen a estrenarse públicamente, por ejemplo, *Lo que el viento se llevó*, de la que también se hicieron pases privados para grupos de altas personalidades del régimen, antes de su estreno comercial.

### 5.1. EL CINE INFORMATIVO

Hasta septiembre de 1942 llegaban regularmente a España dos noticiarios cinematográficos norteamericanos *Fox Movietone News* y *News of the Day* de "Metro Goldwyn Mayer". A partir de entonces cesó la importación regular de estos noticiarios para dar paso desde el uno de enero de 1943 al *NO-DO*, noticiario cinematográfico español producido y emitido en régimen de monopolio<sup>36</sup>.

---

36. El *NO-DO*, de cuyo nacimiento se cumplen los cincuenta años al escribir estas líneas, se emitió de manera obligatoria hasta el 1 de enero de 1976 (orden de 22-8-75, BOE 19-9-75) en todas las salas de exposición cinematográfica españolas y desapareció

Tanto la Embajada cuanto la "Office War of Information" seguían de cerca la evolución de los noticiarios norteamericanos en España. Poco antes de la orden mediante la cual se creaba el *NO-DO*, "Metro Goldwyn Mayer" había firmado un nuevo contrato para la distribución semanal de su noticiario en lengua española en España<sup>37</sup>. En realidad, la firma de este contrato significaba entrar en competencia con la "Twentieth Century Fox" que dominaba el mercado junto con la alemana "UFA" y el "Istituto LUCE" italiano.

Cuando estas tres compañías (en su versión española) recibieron una carta oficial del Vicesecretariado de Educación Popular, fechada el 7 de octubre de 1942 en la que se les comunicaba la creación del nuevo monopolio se les ofreció la posibilidad de vender, ceder o alquilar su material para el nuevo noticiario. Según Hughes el "Istituto LUCE" no entró en este juego, los alemanes se apresuraron a enviar un alto representante de su compañía desde Alemania mientras que Luis Díaz Amadeo, que dirigía la "Fox" española, estaba, al parecer, completamente de acuerdo con Joaquín Soriano (de la Subcomisión de Cinematografía) que había impulsado la creación de *NO-DO* y que sería su director de 1943 a 1952. Los entresijos de toda esta negociación fueron seguidos atentamente por Hughes consciente de la importancia de mantener una presencia norteamericana en el nuevo noticiario español sin servir por ello abiertamente a sus objetivos propagandísticos<sup>38</sup>.

Podemos afirmar que el material filmado americano ocupó un espacio cada vez más importante en el *NO-DO*. Buena parte del material sobre la guerra del Pacífico que emitió *NO-DO* tenía procedencia norteamericana. Desde finales de 1943 el material filmado aliado fue progresivamente superando al de procedencia alemana en las pantallas españolas. Sin embargo, la OWI empezó a importar el *United Newsreel*<sup>39</sup> cuyas imágenes cedía gratuitamente a *NO-DO*. En realidad, lo que había llegado a España eran algunos números de *News of the Day* y *Fox Movietone News* doblados al español

definitivamente en 1980. Desgraciadamente falta un estudio profundo sobre el tema aunque el n.º 1 de los *Cuadernos de la Filmoteca* (1993) se dedica a este tema monográficamente.

37. De ello da cuenta Lacy W. Kastner (Assistant Chief, Motion Picture Division, OWI-Overseas Branch) en carta de 8 de septiembre de 1942 dirigida a William L. Schurz (Acting Chief, Division Cultural Relations, Department of States), en NAW, RG 59, b.5108 (852.4061 MOTION PICTURES/81)

38. Cfr. telegrama de Hughes a la Office of War Information de 21 de octubre de 1942, en NAW, RG 208, E. 367, b. 347; también en RG 59, b. 5108 (FW 852.4061 MOTION PICTURES/86). Hughes se refiere en este texto a Joaquín Soriano como Fernández Soriano.

39. "United Newsreel Corporation" era una compañía formada por las cinco productoras de noticiarios cinematográficos norteamericanas ("Movietone News", "Paramount News", "Pathe News", "Universal News" y "MGM News of the Day") que preparaba un semanario semanal, *United Newsreel*, para la exportación.



para el público hispanoamericano que habían sido empleados en distintas proyecciones privadas organizadas por la Embajada. A partir del momento en que se conoce la voluntad del gobierno español de crear su propio noticiario cinematográfico se plantea un problema sobre la cesión de imágenes de procedencia norteamericana cuyo significado puede verse modificado por los comentarios que podrían añadirse en la versión española. De todos modos, la OWI comienza a enviar a Madrid regularmente el negativo de *United Newsreel* para que la Embajada disponga de él tanto para sus exhibiciones cuanto para cederlo al *NO-DO*<sup>40</sup>.

Inicialmente predominaban las secuencias alemanas y sólo en octubre de 1943, por primera vez, el número de secuencias de procedencia aliada igualó a las alemanas en el *NO-DO*. En los primeros seis noticiarios de *NO-DO* sólo hubo una secuencia aliada. En mayo de 1943 se mencionó por primera vez a los Estados Unidos. Sucesivamente en junio de 1943 aparecieron ocho tomas procedentes de *United Newsreel*; en julio, siete; en agosto, trece; en septiembre, dieciseis; en octubre, doce; en noviembre, diecisiete; en diciembre, catorce y en enero de 1944, treinta. A pesar de todo, durante la primera mitad de 1944 *NO-DO* continuó usando más material procedente de Alemania o sus satélites que el procedente de las Naciones Unidas. Concretamente en mayo de 1944 la relación fue de 28 secuencias de procedencia aliada frente a 41 del Eje.

A pesar de las protestas españolas de que *NO-DO* era un noticiario perfectamente neutral en él aparecían tratados con equidad ambos bandos contendientes, por parte norteamericana las quejas sobre su imparcialidad fueron constantes desde el primer momento. Siendo William D. Patterson agregado de prensa<sup>41</sup> dirigió un duro memorandum a Felipe Campuzano jefe del gabinete diplomático del Ministerio de Asuntos Exteriores. El texto se organiza en sucesivas cuestiones sin respuesta con una fuerte carga irónica:

When will the government newsreel monopoly, *NO-DO*, discover the United States? Surely the Spanish officials who edit *NO-DO* are aware that there is a geographic, cultural, economic, political and military reality called the United States. The only question seems to be whether they will admit its existence.<sup>42</sup>

Patterson enumera los distintos temas de los que se han ocupado los primeros números de *NO-DO* subrayando que los americanos aparecen solamente como derrotados por los japoneses en las primeras fases de la Guerra del Pacífico para pasar

---

40. Cfr. carta de Lacy W. Kastner (Assistant Chief, Motion Picture Division, OWI) a Emmet J. Hughes, en NAW, RG 208, E. 387, b. 726.

41. Durante el breve periodo en que Emmet J. Hughes se trasladó al norte de África, su puesto fue ocupado por Patterson.

42. Memorandum de William D. Patterson para don Felipe Campuzano, jefe del gabinete diplomático del Ministerio de Asuntos Exteriores, de 21 de abril de 1943, en NAW, RG. 208, E. 387, b. 728.

a preguntarse luego por qué no aparece la importación de fertilizantes americanos en España ni la llegada de gasolina y petróleo desde los Estados Unidos, por qué se ignoran los países hispanoamericanos que han roto con el Eje, o las victorias aliadas en el norte de África, etc., cuando material filmado sobre todos esos asuntos se le ha hecho llegar en abundancia a *NO-DO*. Patterson afirma que *NO-DO* no es más que propaganda del Eje, no exige que no se cubra la información procedente del Eje pero que para mantener una "estricta imparcialidad" deberían cubrirse también las noticias de procedencia aliada. Al mes siguiente Hayes informa al departamento de Estado de la continua parcialidad del *NO-DO*<sup>43</sup>.

Poco tiempo después, sin embargo, el propio Patterson envía a la OWI un informe sobre las actividades de *NO-DO* donde sin desconocer el carácter pro-Eje de la línea editorial de éste y tras dar cuenta de sus propias protestas elevadas a las autoridades españolas reconoce un cierto cambio:

Since then there has been some improvement. The director of the newsreel, Joaquín Soriano, a personal friend of mine, told me he was called in by Count Jordana and instructed to include more American material. Unfortunately, Soriano is directly responsible to Gabriel Arias-Salgado, ardent Falangista who is Vice-Secretary of Popular Education, the Falange department which controls everything in Spain concerned with the dissemination of news or public information. Arias-Salgado apparently diluted Jordan's instructions-there is a continuous struggle between the Foreign Office and the Falange over the censorship of foreign news-but there has been some change for the better, slowly but steadily, as the enclosed indices indicate./ *NO-DO* still responds with facility to the principal German propaganda lines, but is now using American material weekly. Of course, numerous items from the Axis and Axis-occupied Europe are used for every American or British item, but still our gain, by comparison, has been noticeable.<sup>44</sup>

Durante los últimos dieciocho meses de guerra el *NO-DO* ya se había consolidado como único noticiario cinematográfico en España, publicaba dos números semanales y tuvo un claro incremento de presencia de material aliado. Si durante 1943 sólo aparecieron 110 noticias de origen aliado, equivalentes a 4027 metros de película, en 1944 aparecieron 311 noticias con un total de 8621 metros de película. De estas 311, 95 procedían de *United News*, 12 de la edición londinense de *United News*, 97 de

---

43. Cfr. carta de Hayes al Secretario de Estado, de 11 de mayo de 1943, en NAW, RG 208, E 380, b. 87.

44. Carta de Willian D. Patterson a James Linen (Overseas Branch - OWI) de 8 de julio de 1943, en NAW, RG 208, E 387, b. 728.

*Aereonoticias*, 19 eran noticias bélicas de distintas procedencias y 88 procedían de la sección de prensa de la Embajada británica<sup>45</sup>.

En los primeros seis meses de 1945 el número de noticias de procedencia aliada aparecidas en el *NO-DO* fue de 185 equivalentes a 7097 metros. Pero también se dieron cambios cualitativos:

During the first six months of 1945 further progress has been made particularly in the increased footage allotted to each subject. Newsitems now appear more complete and tell the story in detail with only minor cuts from the original United Newsreel. In addition to full coverage on all the war fronts, material was published on the death of former President Roosevelt, the Nazi concentration camps, the San Francisco Conference, V-E Day, the inauguration of President Truman, and the Nazi war criminals as well as scenes depicting the liberation of former Axis controlled countries. The war in the Pacific continues to receive prominent weekly display. The actual liberation of Manila and the Jap atrocity scenes were received by the Spanish public with great interest. Axis newsitems have disappeared from *NO-DO* as of April 30, 1945.<sup>46</sup>

Otro problema importante que se planteó en el terreno de la información cinematográfica fue el del material virgen en España. De hecho tanto el director de *NO-DO* como el secretario de Educación Popular se dirigieron a la Embajada para obtener cinta virgen<sup>47</sup>. Durante los primeros meses de 1943 se dieron varias conversaciones en las que participaron representantes de la Embajada británica, de la Embajada americana y las autoridades españolas sobre la manera de poner en práctica la importación y la distribución de película virgen.

Las autoridades españolas no reconocían el control que sobre los destinos de esta película virgen pretendían ejercer británicos y norteamericanos después de su venta. Éstos, por su parte, mantenían la posición de que la distribución se realizase a través de empresas subsidiarias o representativas de ellos. Se llegó finalmente a un acuerdo con un intercambio de notas informales entre los agregados de prensa británico

---

45. La distribución mensual de estas noticias de procedencia aliada fue como sigue: enero (30), febrero (23), marzo (30), abril (22), mayo (36), junio (21), julio (10), agosto (14), septiembre (16), octubre (37), noviembre (34) y diciembre (38). Cfr. carta de Theodore J. Pahle (Attaché) a la OWI en Nueva York de 23 de julio de 1945 que incluye el siguiente informe: *DISSEMINATION OF ALLIED NATIONS' NEWSITEMS DURING THE YEAR 1944 AND THE FIRST SIX MONTHS OF 1945, THROUGH THE SPANISH GOVERNMENT CONTROLLED NEWSREEL "NO-DO"*, en NAW, RG 208, E. 387, b. 733.

46. *Ibidem*.

47. Cfr. *Basic Report...*, cit., p. 49.

y norteamericano y el presidente de la Subcomisión Reguladora de la Cinematografía. En este acuerdo quedaba claro que en ningún caso se emplearía el material virgen de procedencia británica o norteamericana para producir o reproducir películas procedentes del territorio del Eje ni mucho menos para cedérselo a empresas alemanas o italianas. Se acordó igualmente que el presidente de la Subcomisión Reguladora informaría periódicamente a las Embajadas aliadas del empleo dado a la cinta virgen recibida aceptando los vetos que éstas pudieran ponerle.

Hayes subraya a este respecto, además, que para hacer efectivo ese control era esencial que se regularizase la importación de películas americanas directamente desde los Estados Unidos y no a través de Portugal o Hispanoamérica, como sucedía entonces, para que los exportadores americanos pudieran acceder al uso de ese material virgen para doblar y distribuir sus producciones<sup>48</sup>.

Por otra parte, durante la época de Patterson como agregado de prensa funcionaba un acuerdo en el que, del mismo modo que la parte americana proveía a *NO-DO* secuencias de "United Newsreel" o incluso otras de *Aereonoticias* de "Metro Goldwyn Mayer"<sup>49</sup>. El director de *NO-DO*, según Patterson, solicitaba a los americanos material filmado que no fuese estrictamente de tema bélico que podría emplear con menos resistencias en sus noticiarios semanales. Se dieron incluso anécdotas curiosas pues cuando Patterson consignó un rollo con más de diez asuntos de tema no bélico, lo que agradó mucho al director de *NO-DO*. Éste no pudo ser empleado pues quedó destruido "por accidente" en los laboratorios de *NO-DO*, lo que Patterson atribuye al personal alemán que trabajaba allí, o bien, a algún empleado germanófilo. De todos modos Patterson considera que cualquier material procedente de Estados Unidos aunque no exalte su actividad militar podría muy bien ser útil a la propaganda americana ya que, según él, los EE.UU. eran, en cualquier aspecto de su vida, muy conocidos en España.

Se distribuyeron también documentales sobre distintos temas mientras que en la Casa Americana se proyectaban los más estrictamente propagandísticos.

## 5.2. LOS DOCUMENTALES DE PROPAGANDA

Una de las actividades a la que mayor atención dedicó la OWI fue la producción y distribución de documentales de propaganda. La OWI tenía en Nueva York un "Bureau of Motion Pictures" dirigido por Lowell Mellett en permanente contacto con la industria del cine de Hollywood que influyó en el carácter propagandístico de algunas de sus películas y que además produjo numerosos documentales. Contó para ello con nombres de la categoría de Frank Capra o John Ford

---

48. Cfr. carta de Hayes al Secretario de Estado, de 20 de mayo de 1943, en NAW, RG 59, b 5108 (852.4061 MOTION PICTURES/118-1/2).

49. *Aereonoticias* era el noticiario de "Metro Goldwyn Mayer" editado en español para Hispanoamérica.

por no citar más que a dos de los más grandes que colaboraron en los documentales de la serie que se denominó *Why we fight?*.

Estos documentales se distribuían, naturalmente, en el interior de Estados Unidos pero tenían sobre todo una función de propaganda exterior. Fueron notables cortos documentales como *Swedes in America*, protagonizado nada menos que por Ingrid Bergman que mostraba la capacidad de asimilación de un grupo de inmigrantes en la vida americana; *Cowboy*, que representaba la dura vida de las praderas y que mostraba así la enorme capacidad de recursos de los Estados Unidos apoyándose en el reclamo del mito del oeste; *Autobiography of a jeep*, era un alarde que mostraba la capacidad de la producción de la industria americana eligiendo como protagonista a ese modelo de automóvil que tanto contribuyó a la victoria, que admiró al mundo y que se ha estado fabricando hasta hace pocos años. Más tarde, Capra rodaría los excelentes films dedicados a Alemania y Japón.

Muchos de estos documentales, abiertamente propagandísticos, tenían difícil salida en el mercado español, sin embargo, la Embajada dispuso de un gran número de ellos que fueron empleados en la exhibiciones que se hacían en la Casa Americana y en otras ciudades españolas bajo los auspicios de los respectivos consulados. En algunos casos los documentales tenían una alta especialización así, por ejemplo, el 14 de diciembre de 1944 se exhibieron en la Casa Americana una serie de documentales con tema médico con títulos como: *Traumatic Hernia*, *Treatment of Lung Abscesses*, *Tiroidectomy*, *Two Methods of Glaucoma Surgery*, *Rest Treatment of Burns* y *Varicose Veins, their Treatment by the Modern Combined Ligation and Injection Treatment*. Dos días antes se había presentado una serie de documentales sobre deportes con especial atención a aquellos entonces tan específicamente americanos como el "baseball" (*Advanced Baseball Technique*) y el baloncesto<sup>50</sup>. Meses antes se había producido, por ejemplo, un intercambio de películas documentales de tema agrícola que fueron cedidos por tiempo indefinido y sin restricciones al Ministerio de Agricultura español<sup>51</sup>.

En la documentación de la Embajada son numerosas las cartas que dan cuenta de la llegada o de la devolución de los documentales americanos, así como comentarios

---

50. Carta de Carlton Hayes al Secretario de Estado ("Recent Showings of Educational Motion Pictures in the Casa Americana"), de 4 de enero de 1945, en NAW, RG 59, b. 6347 (852.4061 MOTION PICTURES/1-445).

51. Con títulos como: *Electricity on the Farm*, *For Year to Come*, *Operation of a Forest Nursery*, *Rain on the Plains*, *Wise Land Use Pays*, etc. Por parte española fueron entregados a la Embajada títulos como: *El corcho*, *El barbecho*, *Seda en España*, *Bosques amigos*, *Repoblación forestal*, *Jerez-Xéres-Sherry*, *Lana de España*, *Trigo de España*, *Tabaco en España* y *Algodón en España*. De todo ello da cuenta el Agregado Comercial. Cfr. carta de Ralph H. Ackerman (Commercial Attaché) al Secretario de Estado de 18 de febrero de 1944, en NAW, RG 59, b. 5108 (852.4061 MOTION PICTURES/176).

sobre su contenido, la conveniencia de su programación y datos sobre el número de veces que han sido exhibidos y el público que asistió a la proyección.

En septiembre de 1943 la Secretaría de Estado envió a su Embajada en España treinta y un cortometrajes documentales de la más variada procedencia y que se ocupaban también de múltiples argumentos. En la nota que acompañaba a este envío se hacía sólo una salvedad sobre dos de ellos ambos del "United States Public Health Service" que "should be shown only to segregated audiences under the supervision of members of the medical profession"<sup>52</sup>; se trataba de los titulados *Know for Sure* (*Protéjase contra la Sífilis*) y *Fight Syphilis* (*Luche contra la Sífilis*).

Dentro de esta amplia e interesantísima lista, la "Walt Disney Productions" se ocupaba tanto de la agricultura en tres de estos documentales<sup>53</sup> como hacía la más clara propaganda anti-nazi en *Der Fuehrer's Face* (*La Vida de un Nazi*) y *Education for Death* (*Educación Para la Muerte*). Pocos procedían de las grandes casas productoras: uno de la "Paramount"<sup>54</sup>, dos de la "Twentieth Century Fox"<sup>55</sup> y tres de la "Metro Goldwyn Mayer"<sup>56</sup>. Sólo uno procedía de la OWI, *Firepower* (*Armamentos*) y otro de la "Office of Coordinator of Inter American Affairs", *North African from* (*El Norte Africano*).

Además de los mencionados había otros tres dedicados a cuestiones agrícolas, dos del "United States Department of Agriculture"<sup>57</sup> y otro de la "Harmon Foundation"<sup>58</sup>, sólo uno dedicado a la cultura, *Art Discovers America* (*La Pintura Moderna en los Estados Unidos*) de "Willard Pictures" y otro a cuestiones educativas, *Evander Childs High School*, producido por esta misma institución y titulado en España *La Segunda Enseñanza en los Estados Unidos*.

52. Mensaje del Departamento de Estado "to the Officer in Charge of the American Mission, Madrid", de 23 de diciembre de 1943, que incluye una lista de treinta y un documentales ("16 mm. Nontheatrical Motion Pictures for American Embassy, Madrid"), en NAW, RG 59, b. 5108 (852.4061 MOTION PICTURES/ 150A).

53. *The Grain that Built a Hemisphere* (*La Semilla de Oro*), *How to Fish* (*El Arte de la Pesca*) y *Winged Scourge* (*La Peste Alada*), cfr. ibídem.

54. *Victory for the Americas* (*Por la Victoria de las Américas*), cfr. ibídem.

55. *It's Everybody's War* (*La Guerra de Todos*) y *Training Police Horses* (*Domando Caballos de Policía*), cfr. ibídem.

56. *Air Training Cadets of America* (*El Famoso C.E.A.A.*), *Magic Alphabet, The* (*El Alfabeto Mágico*) y *Of Pups and Puzzles* (*Problemas Psicológicos*), cfr. en ibídem.

57. *5-C Clubs of Cuba* (*Los Clubs 5-C de Cuba*) y *Henry Brown, Farmer* (*El Agricultor, Henry Brown*), cfr. ibídem.

58. *On the Farm* (*En la Granja*), cfr. ibídem.

De tema específicamente militar encontramos nueve documentales, cuatro producidos por el "United States Army Signal Corps"<sup>59</sup> y cinco de tema naval, uno producido por la "United States Coast Guard"<sup>60</sup>, otro directamente por el "Navy Department", *The Navy and the Nation, 1943* (*La Armada y la Nación, 1943*) y los tres restantes por el noticiario de la MGM, "March of Time" para el "Navy Department"<sup>61</sup>.

De la propaganda típicamente preparada para los países hispanoamericanos destaca una producción de la universidad de Princeton ("Princeton Film Center"), *Sons of the Conquistadores* traducida en España como *En un lugar de América*. Había incluso uno dedicado al más popular medio de transporte norteamericano, el autobús, *This Amazing America (Norteamérica en Autobús)*, producido, naturalmente, por la "Greyhound Bus Lines".

Casi un año más tarde el repertorio se había renovado mucho. En la primavera de 1944 la Embajada disponía, entre otros, de los siguientes documentales en 16 mm. todos ellos de un rollo *A Ship is Born* y *United States Army Band* de Warner Brothers; *Inside Baseball* de Hartle Production; *A Child Health Conference* de State of Maryland Public Health Service; *Handing It Back* de United States Navy; *Victory Gardens*, *Contact America*, *Basketball Technique* y *Campus Frontiers* de Coordinator of Inter-American Affairs; *There Shall Be Freedom* de RKO Pathe; *Farmers at War* y *Right of Way* de Office of War Information; *Home on the Range* de United States Department of Agriculture; *Your Air Raid Warden* de Office of Civilian Defense; *Jeeps in War and Peace* de Soundmasters; *Busy Little Bears* de Paramount Pictures; *Convoy Snapshots*, *Airborne Infantry*, *We Fly For China* de *Soldiers Stevedores* de United States Army Signal Corps. También tenía a su disposición *Swedes in America*, *Pipeline*, *Autobiography of a Jeep*, *Airborne Victory*, *Basketball* y *Advanced Baseball Technique*<sup>62</sup>.

Estos documentales se exhibían, no sólo en la Casa Americana de la calle D. Ramón de la Cruz, sino en todo tipo de instituciones públicas, privadas o educativas que lo deseaban. De todo ello la Embajada daba cuenta regularmente a la "Office of War Information" y así podemos saber que durante el mes de mayo de 1944 se exhibieron en el Colegio de los Padres Redentoristas de Astorga (León) los siguientes documentales:

59. *Army Food* (*La Alimentación del Ejército de los Estados Unidos*), *Battlefield Sounds* (*Ruidos del Combate*), *Combat Report* (*El Parte de Combate*) y *Tank Destroyers* (*Carros Antitanques*), cfr. ibídem.

60. *U.S. Coast Guard Academy* (*Los Guardacostas de los Estados Unidos*), cfr. ibídem.

61. *Men of the U.S. Navy* (*Marineros de la Marina Norteamericana*), *Planes of the U.S. Navy* (*Aviones de la Escuadra Norteamericana*) y *Ships of the U.S. Navy* (*Navíos de la Escuadra Norteamericana*), cfr. ibídem.

62. Cfr. carta de Carlton Hayes al Secretario de Estado de 27 de marzo de 1944, en NAW, RG 59, b. 5108 (852.4061 MOTION PICTURES/183) y también telegrama de la Secretaría de Estado dirigido al "Officer in Charge of the American Mission, Madrid de 10 de marzo de 1944, donde se anuncia el envío por barco de una lista de documentales requeridos, en ibídem (852.4061 MOTION PICTURES/179A).

*Snow Trail* (En la nieve), *Paratroops* (Paracaidistas), *Fighting Fish* (Peces Duelistas) y *Democracy in Action* (La Democracia en Acción) al que asistieron ochenta personas por pase, la Embajada calificó la reacción del público de excelente. También hubo sesiones en el Colegio Salesiano de Cuatro Caminos (Madrid): *Alaska's Silver Millions* (Alaska Tierra de Promisión) y *Let 'Em Go Alive* (Pececitos a la mar) a los que asistieron doscientas cincuenta personas por pase y cuya reacción la Embajada calificó de muy divertida ("highly enjoyed"). En el Seminario Salesiano de Carabanchel Alto (Madrid) se proyectaron: *Firepower* (Potencia de Tiro), *Combat Report* (El Parte de Una Acción), *Soldiers of the Sky* (Soldados del Aire) y *This is Blitz* (Esto es Blitz) a los que asistieron trescientas cuarenta personas por pase cuya reacción fue calificada de muy satisfactoria. Durante ese mes de mayo también se proyectaron en la Casa Americana *This Amazing America* y *The Grain That Built a Hemisphere* y en la sala de proyección de Sevilla Films en Chamartín de la Rosa con la asistencia de sesenta personas, la mayoría de ellos refugiados holandeses y miembros de la Legación holandesa, *Major and the Minor* (La pícaro Susú)<sup>63</sup>.

Del 10 de junio al 2 de julio de 1944 se celebró en Barcelona la Feria de Muestras en la que los americanos tuvieron una presencia muy importante<sup>64</sup>. En efecto, desde el 15 de junio hasta el día de clausura se proyectaron dos sesiones diarias de documentales en el Palacio de Proyecciones de la feria. Dado que había un suficiente número de documentales a disposición fue posible organizar tres programas que se turnaban cada día y que se distinguían por el color de las invitaciones: azul, el programa número 1; blanca, el programa número 2; "encarnada", el programa número 3<sup>65</sup>. En sendos programas se alternaban documentales claramente de propaganda bélica con otros que mostraban diferentes aspectos de la vida americana<sup>66</sup>. Aunque la capacidad

---

63. Cfr. carta de Theodore J. Pahle (Assistant Press Attaché in Madrid) a Charles Goldsmith (Chief of Distribution Motion Pictures Bureau) de 10 de junio de 1944, en NAW, RG 208, E. 387, b. 731.

64. Desde luego, no podemos detenernos aquí en la descripción de las actividades de propaganda desarrolladas para esta Feria de Muestras pero sí remitirnos al completo informe elaborado por Leonard C. Rennie, ("Director, Official U.S. Government Exhibit at Barcelona"), "REPORT. OWI EXHIBIT. INTERNATIONAL SAMPLE FAIR. Barcelona, Spain. June 10-July 2, 1944", uno de cuyos capítulos se ocupa de la propaganda cinematográfica, en NAW, RG 208, E. 6E, b. 7.

65. Nótese que para denominar las invitaciones en español los mismos norteamericanos emplean la denominación de "encarnada" para evitar la palabra "roja". En el informe citado anteriormente se incluyen invitaciones de los tres colores que sitúan las proyecciones en la "Sala de Espectáculos del Palacio Lateral número 2 de la Feria".

66. Programa nº1: *Highway of Friendship* (El Camino de la Amistad), *Paratroops* (Paracaidistas), *Power and the Land* (Electricidad en el Campo), *Fighting Spirit* (Espíritu de Lucha), *Alaska's Silver Millions* (Alaska Tierra de Promisión), *Let 'Em Go Alive*



de la sala no llegaba a mil localidades se imprimieron mil doscientos para cada programa y sesión y la demanda estuvo siempre por encima de la capacidad de la sala. Cada día había dos sesiones, una matutina y otra vespertina. Por la noche se proyectaron también películas comerciales que no habían llegado todavía a España, aunque no hubo suficientes para preparar un programa diario completo y tampoco la sala de proyecciones estaba libre todos los días. Estas sesiones estaban patrocinadas por la "U.S. Chamber of Commerce in Spain" que se encargaba de darle publicidad. Sin embargo, cada entrada costaba el enorme precio, entonces, de 25 pesetas pero ni ello ni el que algunas de las películas proyectadas fueran en inglés fue obstáculo para que la sala estuviese siempre a rebosar. Este programa de películas comerciales se introdujo con la proyección en el cine Coliseum de la Gran Vía de Barcelona de *How Green Was my Valley*, doblada al español y que todavía no se había estrenado, lo que constituyó todo un acontecimiento social en la ciudad.

Mensualmente se elaboraba un informe titulado genéricamente "General Comments on Non-Theatrical Motion Picture Exhibitions given under the auspices of the Casa Americana, Madrid Spain, for...". En ellos no sólo se daba cuenta de las proyecciones en la Casa Americana, sino también de las actividades de la "Mobile Unit" en todo tipo de locales e instituciones dentro y fuera de Madrid. Corría ya el año 1945 cuando en uno de estos informes se da cuenta de la presentación el día 28 de enero del nº11 de *Aereonoticias* al "Generalísimo Francisco Franco and members of his immediate family". El noticiario americano sirvió para introducir la película española *El destino se disculpa* y fue "greatly enjoyed by the distinguished audience". El informe dice también que "the Caudillo is interested in seeing more American films in the very near future"<sup>67</sup>.

Aunque la guerra en Europa ya había acabado, todavía duraba en el Pacífico y la actividad de propaganda americana no sólo no cesó sino que, con la buena acogida

---

(*Pececitos a la mar*). Programa nº2: *Swordfishing* (*La Pesca del Pez Espada*), *Snow Trail* (*En la Nieve*), *Beyond the Line of Duty* (*Más Alla del Deber*), *Harvests for Tomorrow* (*La Resurrección de la Tierra*), *Cowboy* (*El Vaquero*), *Jeep* (*Jeep*), *Winged Scourge* (*Malaria*, Technicolor). Programa nº3: *Aluminum* (*Aluminio*), *Fighting Fish* (*Peces Duelistas*), *Pipeline* (*Oleoducto*), *Building a Bomber* (*Aviones Bombarderos*), *Sand and Flame* (*Fuego y Areal*), *This is America* (*Eso es América*), *Trotting Kings* (*Carreras de Trotadores*). Los títulos en castellano tomados del informe de Leonard C. Rennie, cit. Para los títulos en inglés, cfr. carta de W. Walton Butterworth (Chargé d'Affaires ad interim) al Secretario de Estado ("Display of Non-Theatrical Motion Pictures"), de 13 de julio de 1944, en NAW, RG 59, b. 5108 (852.4061 MOTION PICTURES/7-1344), copia de la misma se encuentra también en los archivos de la OWI, en NAW, RG 208, E. 387, b. 731.

67. "General Comments on Non-Theatrical Motion Picture Exhibitions given under the auspices of the Casa Americana, Madrid, Spain, for the month of January, 1945", en NAW, RG 208, E. 387, b. 732.

de las autoridades y el público se multiplicaba. En el informe mensual de junio de 1945 podemos leer:

A most unusual presentation took place on June 26 at the Casa Americana. The Rev. Pfarrer Bruno, Pastor of the German Church in Madrid, requested permission to view the films of Nazi concentration camp. Accordingly, evidence of German brutality. Rev. Muhr seemed greatly impressed by the films and said that the Germans in Spain are completely unaware that such cruel and barbarous acts had ever been committed by their fellow countrymen. The German pastor, however, seemed oblivious of the fact that all Nazi concentration camp film which we received were published and relesaded in the Spanish newsreel *NO-DO*.<sup>68</sup>

### 5.3. EL CINE DE ARGUMENTO

Desde el final de la Guerra Civil Española, pocos meses antes de que comenzase la Segunda Guerra Mundial, hasta la entrada en guerra de los EE.UU., en diciembre de 1941, la presencia del cine americano en España, así como del material informativo cinematográfico de aquel país en el nuestro fue una constante preocupación de la Embajada.

En efecto, en enero de 1940 el Embajador Weddell informaba en carta dirigida al Secretario de Estado que el embargo virtual al que estaban sometidas las películas norteamericanas empezaba a relajarse y daba cuenta de la autorización que don Julio Elías, de Barcelona, había recibido para importar diez películas de argumento y veintidós cortos<sup>69</sup>.

El embargo virtual al que se refería Weddell se agravaba por la actuación de la censura que no sólo se ocupaba de cuestiones políticas o escabrosos temas de sexo, por otra parte inexistentes en el cine americano gracias al "Hays code". El gobierno había prohibido la proyección de películas en las que paticipasen actores o actrices que en algún momento se hubieran pronunciado contra el gobierno español durante o después de la Guerra Civil. Según la Embajada, la lista de estos actores y actrices "non gratos" alcanzaba el número de veintidós<sup>70</sup>. Ante ello, Weddell sugirió a los importadores,

---

68. "General Comments on Non-Theatrical Motion Picture Exhitions given under the auspices of the Casa Americana, Madrid, Spain, for the month of June 1945", en NAW, RG 208, E. 387, b. 733.

69. Cfr. carta de 12 de enero de 1940 de Alexander W. Weddell al Secretario de Estado, en NAW, RG 59, b. 5107 (852.4061 MOTION PICTURES/46).

70. Entre ellos, Paul Muni, Luise Rainer, Frederick March, Franchot Tone, James Cagney, Douglas Fairbanks Jr., Paul Robeson, Sylvia Sidney, Bette Davis, Bing Crosby, Eddie Cantor, Edward Arnold y Rudy Vallee. Cfr. carta de Alexander W. Weddell al Secretario de Estado de 29 de febrero de 1940, en NAW, RG 59, b. 5107 (852.4061

a través del agregado comercial, que hicieran una solicitud formal para eliminar esa lista que tenía su origen en el tiempo de la Guerra Civil.

Pero los problemas iban más allá de la censura. En España faltaban divisas para organizar regularmente la importación y se sucedieron distintas medidas para paliar esta dificultad. Por ejemplo, en 1939 llegó a decirse que para poder importar diez películas americanas debía exportarse una película española a cambio, algo a lo que se negaron las compañías norteamericanas. Luego la importación sufría un fuerte impuesto redoblado con el gravaba el doblaje que era, por otra parte, obligatorio.

Durante 1941, todavía antes de la entrada en la guerra de los Estados Unidos, la difusión del cine americano en España siguió con paso lento. La Embajada seguía día a día los acontecimientos y demostraba una gran preocupación por el asunto. Weddell en persona informaba periódicamente al Secretario de Estado sobre la situación.

Otra de las preocupaciones de la Embajada sobre este punto era la presencia de películas alemanas o italianas con el apoyo del gobierno y de la prensa, películas que, por otra parte, sufrían problemas análogos a las americanas aunque, ciertamente, en menor medida<sup>71</sup>. Poco después fue posible, al parecer, obtener en préstamo una copia de *Lo que el viento se llevó* que John M. Begg de la OWI se aprestó a remitir a Madrid<sup>72</sup>.

Antes de la Guerra Civil se importaban en España alrededor de quinientas películas anuales, la mayoría de Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania e Italia, menos de Francia y muchas menos de Argentina, México o Cuba. Una orden del Ministerio de Industria y Comercio de 20 de octubre de 1939 creaba la "Subcomisión reguladora de cinematografía" en cuyas competencias entraba no sólo la exportación del cine español, sino también la importación de películas extranjeras. Según un amplio informe de la Embajada americana sobre el negocio de cine en España, a pesar de las facilidades de penetración del cine alemán éste era menos del gusto del público español que el norteamericano o, dentro del Eje, que el cine italiano. Si aceptamos las cifras de este informe para 1941 y 1942 en términos exclusivamente cuantitativos será la cantidad de película en positivo o en negativo alemana la más importada en España, sin embargo, para esas mismas fechas el número de películas de argumento importadas en España entre 23 de abril de 1941 y el 28 de febrero de 1943 era como sigue: Estados

---

#### MOTION PICTURES/49).

71. Cfr. carta de Weddell al Secretario de Estado de 6 de mayo de 1941, en NAW, RG 59, b. 5107 (852.4061 MOTION PICTURES/62).

72. De ello da cuenta Lacy W. Kastner (Assistance Chief, Motion Picture Division, OWI-Overseas Branches) en carta de 8 de septiembre de 1942 dirigida a William L. Schurz (Acting Chief, Division Cultural Relations, Department of State), en NAW, RG 59, b.5108 (852.4061 MOTION PICTURES/81), ya citada.

Unidos, 62; Gran Bretaña, 89; Italia, 39; Francia, 39; Alemania, 5; Argentina, 16; México, 9; y Portugal, 4<sup>73</sup>.

Una vez que Estados Unidos entró en guerra la situación se había hecho incluso complicada. El nuevo Embajador Hayes demuestra la misma preocupación que su antecesor por la penetración cinematográfica norteamericana en España. En un telegrama de 22 de junio de 1942 dirigido al Secretario de Estado solicita le sea enviada una copia de 35 mm. de *Lo que el viento se llevó* que constituía, según él, la base a partir de la cual se podía organizar el programa de exhibiciones cinematográficas en España con las películas recibidas anteriormente<sup>74</sup>. Todo ello antes de comenzar las exhibiciones periódicas en la Casa Americana, que todavía no había sido fundada.

Para comenzar estas sesiones de exhibición cinematográfica en las que Carlton Hayes pretendía combinar la exhibición de documentales y noticiarios con largometrajes de argumento, se le indica desde la OWI que ya se han tomado las medidas para hacer posible la llegada de estas películas a través de los representantes en Lisboa de las distintas compañías cinematográficas norteamericanas a los que debería dirigirse el Embajador solicitando el material para sus sesiones<sup>75</sup>.

Según la Embajada americana en Madrid durante los primeros siete meses de 1942 las autoridades españolas sólo habían permitido la importación de quince películas norteamericanas frente a las cuatrocientas sesenta y tres películas de origen británico. En el verano de 1942 todos los permisos de importación habían sido suspendidos por

---

73. Informe sobre el cine en España ("The Motion Pictures bussines in Spain") preparado por Willian L. Smyser (Tercer Secretario de Embajada) y remitido con fecha de 9 de junio de 1943, p. 11, en NAW, RG 59, b. 5108 (852.4016 MOTION PICTURES/123). Se trata de un largo texto mecanografiado a un espacio de 57 páginas más índices y numerosos apéndices en el que se describe la situación del cine nacional en términos de producción, distribución, exhibición, la pro-ducción, distribución, exhibición de películas extranjeras en España.

74. Cfr. telegrama de 22 de junio de 1942 en NAW, RG 59, b. 732 (124.526/190), donde Hayes añade: "many prominent Spaniards have spoken to me of their desire to see this film and I request that a copy there of be transmitted at the earliest practicable date."

75. Tenían oficina en Lisboa la "RKO", "Metro Goldwyn Mayer", "Paramount" y "Twentieth Century Fox". "Universal Films" disponía de una oficina de distribución en Barcelona. Por lo que se refiere a "Warner Brothers", "Columbia Pictures" y "United Artists" se indica a Hayes que se dirija a ellas a través de Departamento de Estado. Cfr. carta de Lazy W. Yastner (Head, Promotion & Publication Specialist) a John M. Begg (Assistant Chief, Division of Cultural Relations, Department of State) de 20 de julio de 1942. Con las mismas indicaciones cfr. también la carta de G. Howland Shaw, en nombre del Secretario de Estado, a Carlton Hayes de 19 de agosto de 1942. Ambos documentos en NAW, RG 59, b. 732 (124.526/198).

la falta de película virgen para repicar en ella las versiones dobladas y las copias necesarias para su distribución comercial.

Así pues, la importación de película virgen se convertía en *conditio sine qua non* para la llegada de nuevas películas al público español. En efecto, la Embajada calculaba que sería necesario hacer llegar a España seis millones de metros de película virgen necesarios para la distribución de setenta y cinco películas británicas y norteamericanas y quince películas españolas (la cuarta parte de la producción anual). Los británicos ("Suppliers Kodak Ltd., London") habían dado licencia de exportación para 4.900.000 metros, a razón de 380.000 mensuales sin banda de sonido. La Embajada americana estaba dispuesta a informar a las autoridades españolas sobre la posibilidad de suministrar, aproximadamente, 600.000 metros de película virgen mensuales, es decir, contando con los de procedencia británica alcanzar el millón de metros mensuales en los últimos meses de 1942<sup>76</sup>.

A lo largo de 1943 la situación tendía a normalizarse. Según un informe de William D. Patterson, a la sazón "Chief Representative OWI" en Madrid, en agosto de 1943 los diferentes importadores y distribuidores españoles tenían solicitados un total de ochenta y seis permisos de importación para películas norteamericanas o británicas (concretamente setenta y cuatro norteamericanas y doce británicas), entre ellas esperaban su turno *Dumbo* y *Pinocho* cuyo permiso de importación había sido solicitado por "Helios Films". "CIFESA" tenía solicitado el permiso para dieciocho películas<sup>77</sup>. La situación de "CIFESA", la gran productora española, estaba en entredicho:

Please note that "CIFESA", which has requested import licenses on 18 American films included on this list, is considered persona non grata with the Embassy and therefore will not receive import permits from the Spanish government.<sup>78</sup>

Por otro lado en la misma fecha (agosto de 1943) había un total de noventa y tres películas norteamericanas y británicas ya adquiridas por distribuidores españoles con sus correspondientes permisos de importación que esperaban la llegada de película virgen de Inglaterra o Estados Unidos para las copias necesarias para su explotación comercial<sup>79</sup>.

---

76. Informe confidencial de Carlton Hayes al Secretario de Estado de 3 de agosto de 1942, en NAW, RG 208, E. 380, b. 19.

77. *Pudding Head, Melody Ranch, Lady from Lusiana, Scatterbrain, Easy Living, Zaza, The Texas Rangers, Rulers of the Sea, Christmas in July, One Million B.C., Saps at Sea, The Duke of West Point, Champ of Oxford, South of Pago Pago, Housekeeper's Daughter, A Gentleman after Dark, King of the Turf y Topper Returns*. Cfr. carta de William D. Patterson (Chief Representative OWI, Spain) a T. L. Barnard (Acting Chief, Outpost Bureau, Overseas Branch), de 16 de agosto de 1943, en NAW, RG 208, E. 387, b. 728.

78. Cfr. *ibídem*.

79. Cfr. *ibídem*.

En este terreno la Embajada seguía también muy de cerca la evolución del "mercado negro" de película virgen. A principios de 1944, una vez que los acuerdos de recepción de película virgen estaban ya en vigor se planteaba el siguiente problema: el Ministerio de Industria español concedía solamente película virgen suficiente para hacer un máximo de cinco copias dobladas de las películas americanas (o británicas) que llegaban a España, basándose en que el suministro de película virgen de procedencia angloamericana era limitada. Sin embargo, los distribuidores para utilizar sus beneficios necesitaban entre diez y quince copias. Además muchas veces obtenían las películas sobre la base de un permiso temporal de importación y comenzaban a doblar y a hacer copias sin esperar a que se completasen todas las formalidades entre la Embajada y el Ministerio de Industria y Comercio para recibir película virgen de procedencia oficial. Los retrasos, además, contribuían a que en muchos momentos aunque un distribuidor tuviera el perfecto de derecho de doblar y copiar una película, no hubiese en el mercado ni un sólo metro de película virgen de procedencia legal.

La Embajada americana investigó las posibles fuentes de película virgen en el mercado negro. En primer lugar, llegaba a España con grandes facilidades de Portugal sobre todo de marca "Agfa". El contrabando también provenía de la Francia ocupada por los alemanes y según la Embajada americana eran los mismos ocupantes los que lo ofrecían a los ávidos distribuidores españoles. No era difícil tampoco traer una cierta cantidad de Sudamérica, pero los dos sospechos que con más énfasis consideraba la Embajada eran la misma compañía "Agfa" en España y el *NO-DO*, algunos de cuyos directivos corruptos vendían al mercado negro parte del lote que les era concedido. Algo parecido hacían algunos productores españoles que encontraban más provecho el vender al mercado negro película virgen, limitando el metraje y las tomas en las películas que producían. En el caso de la compañía "Agfa" los alemanes se aprovechaban del hecho de recibir permiso para hacer quince copias de sus películas que llegaban a España para hacer solamente diez y trasladar al mercado negro el resto del material "Agfa" no utilizó que se vendía aproximadamente a cuatro veces su precio legal<sup>80</sup>.

Para facilitar aún más la llegada de películas americanas a España Hayes se dirige a la OWI para que negocien con la "Hays Organization" el conseguir películas cuyo precio no exceda de los 12.000 dólares. Por otro lado, no olvida la principal finalidad que tenía la llegada de este cine americano a España:

It would be highly desirable to ensure that a substantial part of the pictures released embody aspects of American educational, historical, social life while having sufficient commercial appeal to justify purchase, as one of our principal

---

80. Sobre todo lo anterior, cfr. carta de Raph H. Ackerman (Commercial Attaché) al Secretario de Estado de 12 de febrero de 1944, en NAW, RG 59, b. 5108 (852.4061 MOTION PICTURES/179C).

objectives corresponding with benefit from the propaganda value of American films.<sup>81</sup>

En realidad, las dificultades para adquirir y distribuir películas americanas en España eran múltiples. La mayoría llegaban a España a través de Portugal, por lo menos hasta 1944 sin que la Embajada pudiera controlar tal flujo. El otro gran problema era la forma de pago pues estaba prohibido sacar fuera del país pesetas y, mucho menos, otras divisas. Así, los distribuidores españoles "... resorted to the fiction of exrange in kind, presenting to their Government in order to obtain import permits a contract stating that the American films were in compensation for the foreign distribution rights to a Spanish film"<sup>82</sup>.

Hayes dirigió una nota al nuevo ministro de Asuntos Exteriores, José Felix de Lequerica, titulada "Discrimination Against American Motion Pictures and Film". Se lamenta Hayes de la nueva ley sobre importación de películas (B.O.E. 19 de julio de 1944) quejándose, en primer lugar, de haberse informado oficialmente de la misma nueve días después de su publicación y prosigue:

Although the law does not establish a quota limitation nor set up a new tax, it so sharply increases import taxes that, if these are applied concurrently with the numerous existing internal restrictions, the American film trade in Spain will be faced with a prohibitive situation./ As Your Excellency is aware, during the last four years the Spanish Government has erected many barriers to the importation and distribution of American films. Since 1939 no official exrange has been granted for films imported from the United States and, as a consequence, American film exporters have been denied an adequate and equitalbe return for the pictures they have been supplying Spain.<sup>83</sup>

Además de la censura propiamente dicha que podía impedir la difusión de una película o imponer determinados cortes a la misma el doblaje era también una sutil

---

81. *Ibidem*.

82. Carta de Raph H. Ackerman (Commercial Attaché) al Secretario de Estado de 11 de febrero de 1944 ("Control of American Motion Pictures in Spain"), en NAW, RG 59, b. 5108 (852.4061 MOTION PICTURES/178C).

83. "Note verbale" ("Discrination Against American Motion Pictures and Film") del embajador Carlton H. Hayes al ministro de Asuntos Exteriores D. José Félix de Lequerica, de 28 de agosto de 1944, copia de la cual se incluye en el despacho de 9 de septiembre de 1944 de la Embajada a la Secretaría de Estado, en NAW, RG 59, b. 5108 (852.4061 MOTION PICTURES/9-944).

forma de censura<sup>84</sup>. Sin embargo, los norteamericanos eran conscientes de que el público español prefería las películas dobladas:

The propaganda influence of American films might appear thus to be adversely affected by dubbing, but films are not to be judged by the few words which they may plant in the popular ear: dubbed films have a much greater public in Spain than films exhibited in the original with subtitles.<sup>85</sup>

Hollywood se había sumado al esfuerzo de propaganda aliada aun antes de la entrada en guerra de los Estados Unidos, produciendo un gran número de películas de tema bélico con claro afán propagandístico, que, naturalmente, se incrementaron con la entrada en guerra de los Estados Unidos<sup>86</sup>. Sin embargo, al menos en la percepción de la Embajada americana éstas no son las películas preferidas del público español:

The better Spanish public shows a preference first for United States and British films of every sort, and thereafter for light comedy, (a) adventure films, love triangles, (b) sentimental, (c) mystery, crime, and detective, and last of all war films, of which the public -except for the least discriminating groups- is now tired.<sup>87</sup>

---

84. Hasta el 23 de abril de 1941 era posible la exhibición en España de películas en versión original con subtítulos. Con esa fecha una ordenanza del Ministerio de Industria y Comercio hizo obligatorio el doblaje para todas las películas importadas. Sólo una compañía americana, la Metro Goldwyn Mayer, tenía sus propios estudios de doblaje en Barcelona el resto lo hacía a través de la cinco compañías españolas dedicadas a ello.

85. Informe de Willian L. Smynsen ("The Motion Picture Business in Spain") de 9 de junio de 1943, p. 29, cit.

86. Sobre este asunto, véase: KOPPES, Clayton R. & BLACK, Gregory D., *Hollywood goes to War. How Politics, Profits and Propaganda Shaped World War II Movies*, Berkeley, University of California Press, 1990.

87. Informe de Willian L. Smynsen ("The Motion Picture Business in Spain") de 9 de junio de 1943, p. 30, cit. En este mismo informe (p. 42) se hace una curiosa clasificación de los actores según la preferencia del público español: "*Artists who attract the great general public*: Mickey Rooney, Charles Boyer, Vivian Leigh, Ronald Colman, Olivia de Havilland, Douglas Fairbanks, Joan Fontaine, Laurence Olivier, Myrna Loy, Claudette Colbert, Greta Garbo, Spencer Tracy, Willian Powell, James Stewart, Cary Grant, Robert Taylor etcetera./ *Artists who have their own public*: Paul Muni, Edward G. Robison, Madeleine Carrol, Marlene Dietrich, Lionel Barrymore, George Raft, etcetera./ *Artists who are always seen with great pleasure*: Aubrey C. Smith, Charles Winniger, Mary Astor, Raymond Massey, David Niven, etcetera./ Other favorite actors with the Spaniards, such as James Cagney, are temporarily excluded from Spain, or are allowed to appear on the



La Embajada era, pues, muy consciente del valor propagandístico que podía tener el cine americano pero se daba cuenta de la dificultad de introducir directamente para el público en general propaganda bélica a través del cine:

Political susceptibilities are very sensitive in Spain, and any direct propaganda is at once recognized and resented, with the result that a good film may be denied admission to the country. Far more effective as propaganda, and always permitted, are simple presentations of the American family and the American scene, for both of which, constituting the American way of life, the Spaniard has a grudging yet come prehensible respect. Admiration which already exists can be played upon by more subtle means than by open propaganda. It suffices to satisfy that desire which already exists throughout Spain to see more of the American scene.<sup>88</sup>

Quedaba, de todos modos, aún otro pequeño obstáculo, esta vez por parte americana, pues las grandes productoras americanas pretendían seguir su habitual política comercial de exportar películas en "paquetes" en los que el atractivo de una o varias de ellas obligase al distribuidor español a comprar otras de menor calidad. Este tipo de política comercial, dadas las dificultades financieras de los distribuidores y exhibidores españoles, obstaculizaba también la presencia del cine americano en España y preocupaba mucho a la Embajada:

For the time being, as a matter of sound long term commercial policy and as a matter of patriotic duty, American firms should not unload their 'potboilers' on Spain. The old 'block-booking' policy of letting the distributor have ten good films and ten bad ones strikes a happy balance only where there is little competition and nothing to lose. In Spain there is dramatic clash of interests and every card played for the United States should be a good one.<sup>89</sup>

Todavía más, la Embajada pretendía discriminar también a aquellos distribuidores españoles que tuvieran en su cartera películas del Eje. Así, debía rellenarse una ficha muy completa donde aparecían preguntas como "¿tiene el comprador real algunas películas del Eje o controladas por el Eje en distribución?", ¿tiene el comprador real algún contrato u otro arreglo convenido para la distribución de películas

---

screen but may not be advertised, due to a boycott based on the political policy of the party now in power".

88. Informe de William L. Smyner ("The Motion Picture Business in Spain") de 9 de junio de 1943, p. 42, cit.

89. Informe de William L. Smyner ("The Motion Picture Business in Spain") de 9 de junio de 1943, p. 57, cit.

del Eje o controladas por el Eje?, ¿cuántas películas del Eje o controladas por el Eje ha distribuido el comprador real durante las dos últimas temporadas?<sup>90</sup>.

\* \* \* \* \*

---

90. Texto de la ficha que debía rellenarse para obtener los permisos de importación de películas americanas por parte de los distribuidores españoles, que, en papel con membrete de la oficina del Agregado de Prensa de la Embajada (Casa Americana/ D. Ramón de la Cruz, 5/ Madrid), se envía a Washington como anexo a la carta de Raph H. Ackerman (Commercial Attaché) al Secretario de Estado de 11 de febrero de 1944 ("Control of American Motion Pictures in Spain"), en NAW, RG 59, b. 5108 (852.4061 MOTION PICTURES/178C), cit. No nos resistimos a reproducir el texto completo: "*DATOS PARA LA EXTENSION DE CERTIFICADOS DE EX-PORTACION DE LOS ESTADOS UNIDOS/ PELICULA(S) ESPAÑOLA(S)*/1. NOMBRE DEL PRODUCTOR ESPAÑOL:/ DIRECCION:/2. TITULO DE LA PELICULA:/3. PRODUCIDA EN:/4. FECHA:/5. COSTE DE PRODUCCION:/6. DATOS DE DISTRIBUCION (ver contrato):/7. BASE DE PORCENTAJE:/8. LICENCIAS CONCEDIDAS:/9. TIPO DE PELICULA VIRGEN EMPLEADA:/ LONGITUD DEL NEGATIVO: COPIAS:// *PELICULAS(S) AMERICANA(S) O BRITANICA(S)*/10. *TITULO/ NOMBRE DEL VENDEDOR/ DIRECCION/ (a)/ (b)/ (c)/ (d)/ (e)*/11. COMPRADOR NOMINAL:/ DIRECCION:/12. COMPRADOR REAL:/ DIRECCION/13. PRECIO PAGADO:/14. PLAN DE DISTRIBUCION (ver contrato):/15. BASE DE PORCENTAJE:/16. LICENCIA DE IMPORTACION EMPLEADA:/17. NUMERO DE LICENCIAS DE IMPORTACION ADICIONALES EN PROPIEDAD DEL ABASTECEDOR:/18. SI LAS LICENCIAS DE IMPORTACION PERMANECEN A OTRO QUE NO SEA EL SOLICITANTE, ¿EN QUE FORMA Y QUE PRECIO SE OBTUVIERON?:/19. ¿CONSERVA EL VENDEDOR DE LA LICENCIA ALGUN INTERES DE PORCENTAJE EN LAS GANANCIAS DE LA PELICULA EN ESPAÑA?:/20. ¿COMO SE EFECTUA EL PAGO A LOS ESTADOS UNIDOS EN DOLARES?:/21. NOMBRE DE QUIEN FACILITA LOS DOLARES A CAMBIO DE PESETAS:/ DIRECCION:/22. TARIFA DE CAMBIO:/23. IDENTIFIQUESE A TODOS CUANTOS INTERVIENEN EN LA TRANSACCION (bancos y otros intermediarios de cualquier clase):/24. ¿DONDE Y POR QUIEN SE DOBLARA LA PELICULA?:/25. NUMERO DE COPIAS QUE SE NECESITAN:/ PELICULA VIRGEN:/26. ¿TIENE EL COMPRADOR REAL ALGUNAS PELICULAS DEL EJE O CONTROLADAS POR EL EJE, EN DISTRIBUCION?:/27. ¿TIENE EL COMPRADOR REAL ALGUN CONTRATO U OTRO ARREGLO CONVENIDO PARA LA DISTRIBUCION DE PELICULAS DEL EJE O CONTROLADAS POR EL EJE?:/28. ¿CUANTAS PELICULAS DEL EJE O CONTROLADAS POR EL EJE HA DISTRIBUIDO EL COMPRADOR REAL DURANTE LAS DOS ULTIMAS TEMPORADAS?:/ *OBSERVACIONES*:".

A modo de conclusión provisional podemos afirmar varias cosas. En primer lugar, hay que dejar bien sentado el hecho de que, en el terreno del cine y la información cinematográfica, pesaron tanto en la España de entonces los criterios meramente económicos cuanto los políticos, que tanto la OWI como el personal de la Embajada pretendían hacer prevalecer. En cualquier caso las necesidades de la propaganda no les hacían olvidar nunca la gran importancia económica que la industria norteamericana del espectáculo había tenido en la España de los años treinta y que, gracias en parte a su preparación, recuperó en la España franquista en los años de la postguerra mundial.

Parece quedar claro, por otra parte, el hecho de que la propaganda norteamericana en España no tuvo el menor carácter subversivo para el régimen español. En términos generales se orientó mucho más a las personalidades del régimen o cercanas a él aliadófilas o supuestamente aliadófilas que no a una teórica oposición (que no existía) claramente aliadófila. En este aspecto no dejó de haber contradicciones entre los dirigentes de la OWI en Nueva York, Washington y el personal de su Embajada en España<sup>91</sup>; pero, en cualquier caso, era impensable que la propaganda americana pudiera dirigirse al pueblo español en clave antifranquista.

El cine, por su carácter de medio de comunicación de masas eminentemente popular, tenía un valor propagandístico enorme. Precisamente por ello el régimen de Franco lo sometió a una censura férrea. Sin embargo, el gusto del público español estaba ya formado desde antes de nuestra Guerra Civil y sus preferencias se inclinaban claramente al cine americano. Probablemente tuvieron más valor propagandístico las buenas películas americanas, dramas o comedias, que reflejaban la vida de aquel gran país, que las de tema bélico más abiertamente propagandísticas.

El giro diplomático del gobierno español a medida que se hacía más obvia la victoria de las fuerzas aliadas propició también una mayor presencia del cine informativo americano en España, eso sí, dentro siempre del único noticiario permitido, el *NO-DO*.

---

91. Tanto Hayes como Hughes eran católicos de origen irlandés, el primero de ellos muy conservador y tuvieron no pocas tensiones con dirigentes de la OWI, muchos de ellos judíos y de talante más progresista que rechazaban por completo en régimen de Franco. Desgraciadamente en este breve panorama de la propaganda cinematográfica no hemos podido detenernos en esta cuestión esencial.